

白鹿原乡村文化旅游发展问题及对策分析

李琛¹, 石斌², 刘利利¹

(1. 西安思源学院 文学院, 西安 710038; 2. 西安思源学院 商学院, 西安 710038)

摘要:目前,乡村旅游是我国城市居民休闲度假的重要方式之一,而乡村旅游与文化相结合是乡村旅游发展的新路径。白鹿原拥有丰富的自然资源、深厚的文化资源和稳定的产业基础资源,这些资源为其发展乡村文化旅游奠定了良好的基础。但在白鹿原乡村文化旅游发展中,仍然存在宣传力度不够、文化内涵挖掘不足、资源开发不够、基础设施落后及旅游产业链尚未形成等问题,今后还需要通过政府合理引导、完善设施建设、促进产业链形成、积极开展旅游产品营销、健全人力资源建设等措施促进白鹿原旅游业发展。

关键词:白鹿原; 文化旅游; 发展问题; 策略

中图分类号:F592.7

文献标识码:A

文章编号:1008-6390(2019)02-0038-04

随着经济飞速发展,人们的生活节奏日益加快,竞争日趋激烈,旅游业也随之快速发展。目前,乡村旅游正符合城市居民的旅游需求,不仅有美丽的田园风光,让人们沉浸于清幽的自然环境中,而且有不同的民风民俗,让人们体验不一样的乡村生活。然而,游客需求越来越多元化,消费更加个性化,人们选择乡村旅游已经不仅仅局限于赏田园景、吃农家饭,很多乡村旅游同质化,特色不鲜明,导致部分乡村旅游地游客锐减。人们对乡村旅游中的文化诉求越来越强烈,文化元素加入到乡村旅游中是一种势不可挡的趋势。目前学界针对乡村文化旅游的研究,主要集中在乡村文化旅游概念界定、乡村文化旅游的影响及发展模式等方面。结合乡村文化旅游的研究,有关白鹿原乡村文化旅游的研究逐渐深入,有的学者根据白鹿原现代农业示范区设计乡村旅游规划^[1],有的学者从樱园农家乐旅游发展方面,探讨白鹿原乡村旅游发展策略^[2],还有的从白鹿原影视城地域文化体验提出旅游策划^[3],但是目前对白鹿原乡村文化旅游进行全方位发展路径探索的研究还不多见。

乡村文化旅游研究对于促进白鹿原民俗文化发展,加快开发白鹿原乡村旅游资源具有指导意义。白鹿原乡村文化旅游研究,既满足不同游客对乡村

文化旅游的需求,又扩大了白鹿原乡村文化旅游的客源,有利于白鹿原乡村文化旅游的可持续发展,并且对具有相似特征的地区起到示范作用。

一、白鹿原乡村文化旅游发展中的主要问题

(一) 宣传力度不够

从白鹿原旅游的长远发展来看,扩大宣传渠道是让更多人了解白鹿原,来到白鹿原旅游的主要手段。随着《白鹿原》电视剧的热播,白鹿原的形象得到了很好的宣传,但是推荐白鹿原旅游的广告却很少出现在大众视野中,没有及时加深游客对旅游地的感知印象。目前,白鹿原旅游在市场上认知度比较高的有樱桃园、白鹿原影视城。然而,白鹿原旅游不仅以樱桃节和观光旅游为主,还具有厚重的历史文化蕴含和浓郁的地方文化特色。目前白鹿原的宣传仅仅停留在单纯的广告牌、口头宣传、报刊及政府网站上,以口碑宣传为主不能有效进行推广。而互联网技术的出现,既为乡村旅游的发展带来了挑战,也为乡村旅游的转型升级提供了机遇^[4]。如今,网络在旅游规划、行程安排、景区景点查找等方面有突出作用,应通过多媒体技术平台和网络媒介,比如微博、微信、视频等,展示当地富有民俗特色的旅游产

收稿日期:2018-08-10

基金项目:陕西省社会科学基金项目“新型城镇化视角下陕西关中乡村旅游地乡村文化保护和传承研究”(2017S030);西安市社会科学规划基金项目“西安乡村文化旅游发展路径创新研究——以白鹿原为个案”(18X96)

作者简介:李琛,讲师,研究方向:汉语言文化及文化传播;石斌,博士,讲师,研究方向:乡村旅游与旅游市场开发;刘利利,博士,讲师,研究方向:旅游管理。

品,增加其品牌知名度。旅游营销的关键在于增强品牌吸引力,通过各种网络平台与游客进行互动,加深游客对白鹿原旅游景区的印象。由于白鹿原旅游市场营销的专项资金投入不足,导致旅游宣传手段较少、宣传频率较低、宣传促销方式单一,宣传效果不明显,致使游客对白鹿原的感知印象模糊。在景点的开发和建设方面,缺少专业团队对市场的全面分析,以及对景点推广的规划设计。

(二)文化内涵挖掘不足

白鹿原浓郁的历史民俗文化,没有得到充分展示。白鹿原缺乏对关中民俗文化的挖掘,缺乏凸显地方特色的展示和活动策划,单纯以清一色的明清复古建筑和陕西小吃为主,不足以形成旅游发展的长期效应。近年,白鹿原影视城推出了一系列优秀的剧目,比如《二虎守长安》《乡约立威》《勺勺客》《森林大营救》《媛媛的奇幻冒险》等,但是没有形成完整的演艺产业。白鹿原印象民俗村中建设有白鹿书院、博物馆、祠堂等,但并未达到外地游客慕名前往的程度。其他关中民俗文化也有所体现,但是都没有深入挖掘,对游客的持续性吸引力不强,不利于白鹿原旅游的可持续发展。文化旅游的开展也是文化建设的一部分^[5],要深入挖掘白鹿原文化的内涵,持续开发有特色的旅游项目,让游客参与体验,走创新式发展之路。

(三)资源开发不够

景点经营内容单一,缺少特色产品,缺乏农事文化、民族、民俗的文化内涵。现有白鹿原旅游产品主要以农家乐、农业观光园等旅游观光为主,乡村旅游业态缺乏与当前游客多种旅游需求的对接,乡村旅游产品缺乏创新设计和文化定位,有的景区农家乐仅仅停留在农家餐饮上,无法提高市场影响力。白鹿原旅游资源丰富,但是目前资源没有整合,旅游产品文化挖掘和创新不够,产品附加值低。游客深度旅游的需求无法满足。尤其是近年来,西安市和咸阳市周边乡村旅游产品层出不穷,包括市内的永兴坊、兴平县的马嵬驿等,各种乡村旅游项目还在陆续推出,无疑导致了西安及周边乡村旅游的激烈竞争,所以更要深度开发白鹿原旅游资源,形成旅游产品特色,进一步开拓市场。

(四)基础设施落后

白鹿原旅游景区的道路和设施还需要改善。旅游环线道路等级低,停车场缺乏规划,尤其是旅游旺季停车难的问题极为突出。景区线路设计单一,旅游环线设计不足,连接景区与市区线路交通不畅。目前白鹿原的农家乐、山庄设施档次不高,还没有高

星级酒店。景区的旅游标识和景点指示牌等设施不到位。旅游商品销售、关中特产销售项目建设滞后。公共服务设施建设滞后,缺乏相应的接待能力。总体而言,白鹿原旅游的综合接待能力较差,影响了白鹿原旅游的健康发展,急需重点开发建设。

(五)旅游产业链尚未形成

旅游文化产业链具有集群效应,不仅能促进资源整合,增强旅游产业的核心竞争力,也能促进旅游品牌的形成。白鹿原文化旅游的行业间协作不明显,大型活动赛事对旅游的吸引力不强,主题公园和周边产业互动性差,白鹿原旅游产品间缺少联动,没有与农业、林业、文化产业等进行有效衔接,也没有形成大型旅游产业体系。景区及其所依托的区域缺少多样化的发展规划和项目设计,旅游资源开发效率低。景区的文化娱乐项目单一,无法满足游客的多层次需求。在白鹿原乡村文化旅游发展的过程中,应该开发多元化的文化旅游产品,构建乡村旅游产业链。

二、白鹿原乡村文化旅游发展对策

(一)明确定位

提升乡村旅游产业竞争力,取决于明确的市场定位,从而有选择性地开展营销工作,实现乡村旅游收益最大化,进而充分发挥乡村旅游的带动作用。目前,迫切需要一个清晰的、为大众所接受的乡村旅游定位^[6]。白鹿原乡村文化旅游要充分发挥区域旅游资源优势,在国家实施“关中-天水经济区”战略和西安市着力打造国际一流旅游目的地的机遇下,依托丰富的农业资源、文化资源和山水资源,以自然生态为基础,文化为轴心,产业做支撑。做好白鹿原旅游,打造集生态旅游、民俗体验、文化探寻等多位一体的特色景观高地,使白鹿原成为“关中-天水经济区”独具特色的魅力之原,成为西安市民乃至全国人民乡村旅游目的地的首选。

根据白鹿原所具备的乡村文化旅游资源,笔者提出以中国西部文化山水度假旅游目的地为主题来定位,对外宣传口号为西部山水·魅力白鹿。白鹿原旅游的发展必须充分发挥资源和区位优势,以白鹿文化为龙头,整合白鹿原的山水资源,充分发现现代化农业和生态旅游,将山水人文、休闲度假相结合,形成白鹿原大旅游圈,打造陕西乡村文化旅游高地。白鹿原乡村文化旅游要走综合性多功能旅游的发展道路,形成吃、住、行、购、娱、游等要素齐备的完整休闲旅游度假体系。依照白鹿原的资源优势,将白鹿原打造成为集文化旅游、山水养生、休闲度假、

教育示范为一体的全方位、多功能的乡村休闲旅游地。

（二）品牌建设及推广

白鹿原区位优势明显,自然景观优良,历史文化悠久,居民民风淳朴。从原有的观光旅游到体验式旅游,白鹿原旅游正逐渐开拓发展思路,形成文化与旅游相互融合的趋势。建设白鹿原乡村文化旅游品牌要充分发挥文化企业和旅游企业的优势,通过资源互补联合开发具有特色和品牌价值的乡村旅游文化产品。企业要紧紧围绕吃、住、行、购、娱、游的要素来设计开发乡村文化旅游产品。具体来说,“吃”是指乡村饮食文化资源的开发,可以立足于关中饮食文化资源,开发一系列有代表性的风味特色食品,以满足游客需要。“住”是指白鹿原地区传统民居文化旅游资源的开发,应主要体现白鹿原传统民居建筑风格,在建筑和设施上,都要体现出民族的生活特色。“行”是指白鹿原地区交通工具的开发,如搭乘电车、骑马或者骑驴游览等。“购”是指设计、生产和出售白鹿原文化旅游商品,如各种泥塑、剪纸等,这为游客带来乡村文化旅游回味的同时,无形中也对乡村旅游品牌进行了传播。“娱”是指结合民族文化节庆活动或民俗庙会等具有特色优势的项目开发,比如举行歌舞节比赛或者举办一些戏曲爱好者擂台等,让民众参与其中。“游”是指优化旅游产品结构,开发典型的文化旅游村,建设一些展示白鹿原文化特色的项目,如白鹿书院、博物馆等。这些乡村文化旅游产品的开发,有助于提升乡村文化旅游品牌的核心价值。

通过有效的市场营销手段推广白鹿原乡村文化旅游品牌,突出旅游景区的品牌优势,开发多种类型的文化旅游产品和旅游线路,延长旅游时间,丰富游客的旅游体验^[7]。借助媒体、网络等多种渠道,对白鹿原乡村文化旅游品牌进行宣传,通过举行各种节庆娱乐活动,将优质的文化旅游产品、服务整合起来,共同营造浓郁的旅游氛围,提升品牌知名度。通过创新策划,将白鹿原文化资源进行设计包装,产生具有丰富文化内涵、艺术感染力及冲击力的文化艺术项目,提升白鹿原乡村文化旅游目的地的美誉度。

（三）旅游产品开发

在国家实施“关中—天水经济区”战略和西安市打造国际一流旅游目的地的机遇下,积极开发有特色的现代旅游精品,优化景区建设,创建白鹿原大旅游文化圈,实现旅游产品的可持续发展,主要可从以下几类旅游产品开发着手:

1. 休闲观光旅游产品

白鹿原的台塬地貌,鲸鱼沟优美的自然山水环境,可以开发地质地貌观光、河湖观光等一系列自然山水类旅游产品。白鹿原丰厚的文化资源可以开发古迹旅游观光,配备智能化讲解系统,让游客更好地了解遗迹历史。依托白鹿原丰富的自然资源和文化资源开发观光旅游产品,让游客拥有美好的旅游体验。

2. 度假养生旅游产品

依托自然乡村风景、生态空间等资源,利用周边乡村建筑和文化景观,开发休闲娱乐等项目。打造独具特色的康体养生中心,完备的配套设施、高水平的服务及高水准的管理为游客带来全方位的养生度假旅游。利用鲸鱼沟景区的丰富资源,本着生活化、个性化的原则,以天然氧吧、理疗保健为主题,主要开发建设中医养生馆、青春驻颜馆、健康诊疗馆等,为游客带来非凡的度假养生之旅。

3. 深度体验类旅游产品

根据白鹿原乡村的特色,发展不同类型的乡村旅游体验产品。例如以樱桃谷农业示范区为基础,培育樱桃谷特色农家乐,开发以农业观光、农家生活、购物娱乐为主的旅游产品,让游客在乡村游中体验农家生活。

4. 娱乐健身旅游产品

依托现有的旅游资源,打造设施完善的现代休闲娱乐体验项目。邀请专业团队对白鹿原景区的配套娱乐场所进行精细策划,营造白鹿原旅游的娱乐氛围。其中包括:体育健身类娱乐,比如打造水上游乐场、健身房、球类运动等;生活类娱乐,比如开设游乐园、棋牌室等;文化类娱乐,比如博物馆、书吧、影音中心等。

5. 文化科普旅游产品

根据白鹿原丰富的文化资源,营造具有浓郁地方特色和文化体验的旅游氛围,让游客通过对白鹿原特色民俗文化的体验,了解关中历史文化。充分发挥名人效应,依托陈忠实先生的《白鹿原》,打造纯实景演出或小剧场演出,增强游客的参与性,弘扬地方文化。将白鹿原丰富多样的手工艺品和民俗表演与旅游相结合,比如剪纸、泥塑、踩高跷、扭秧歌等,开发出独具特色、内涵丰富的旅游产品。通过建造博物馆和相关园区,以实物的形式,图文结合的方式,为游客带来文化盛宴,比如汉文化博物馆、生态农业展示园、特色果园等。游客通过观赏,扩大了知识面,也丰富了旅游体验。

6. 节庆活动旅游产品

依托中国传统节日和白鹿原村镇传统庙会等活

动,根据各个村镇的文化活动特色,开展以生态农业为主的特色节庆活动,或是以民俗文化为主的节庆活动。通过音乐、舞蹈、秦腔、陕北民歌、杂技魔术表演等形式,展示陕西文化的特色,同时运用现代化的多媒体技术和多元化的舞台表演艺术,让演出更加鲜活生动,扩大白鹿原的影响力。

(四)保障措施

1. 政府引导

政府在乡村文化旅游发展中应起到积极作用:一是科学管理与科学规划,把握未来旅游业的发展方向,进行创新式发展规划,避免乡村旅游同质化带来的竞争。制定各项管理规范或法律制度,规范经营行为,保障各方利益,形成良好的发展环境,促进乡村旅游业良性发展。二是提供资金和技术支持,政府要鼓励通过招商引资、股份合作等方式吸纳民营资本进入乡村旅游市场,多元化、多方面、全方位地开辟投资渠道。三是加大力度改善旅游环境设施,让乡村成为真正的“绿水青山”,为乡村旅游的发展提供持久的吸引力。

2. 完善设施建设

基础设施是否完备,是制约旅游发展的关键条件之一。开发乡村文化旅游产品,就必须在政府的引导下,加大各项设施改建扩建的力度。基础设施建设中最重要的是道路交通设施,要能为游客提供多元化的交通服务,提升游客出行的满意度。在交通方面,完成周边路网对接,积极构建西安旅游环线,完善各线路的硬件设施,让游客能在白鹿原各个景区自由方便出行,提高重游率,同时引入旅游汽车公司,为游客提供标准化、规范化的交通服务。在住宿设施上,建立一定数量的星级酒店,开发一些各具特色的民宿,满足游客不同的消费需求。餐饮方面,要突出地方餐饮特色,提升服务质量,打造品牌化餐饮。购物设施上,让购物成为拉动旅游经济的重要措施,设立专门的商业街,提供各式农家特产、手工艺品等销售摊位和店面。其他设施方面,在景区的主要通道上设置景区指示牌、地图,方便游客出行。在游客集中的区域,设置长椅或者亭子供游人休息赏景。

3. 促进产业链形成

乡村文化旅游要可持续发展,创新发展机制必不可少。构筑产业链,推动文化旅游创意产业的集群化发展^[8]。未来发展道路上,依靠一家一户的经

营很难长久立足市场,需要将相关产业联合起来,整合优势资源,形成资源互补。建立乡村旅游合作机制,形成各具特色,互相融合发展的乡村文化旅游区,带动区域旅游产业的发展。通过专业的管理公司,引入创新管理机制,形成完善的乡村旅游产业链和品牌效应。

4. 人力资源建设

针对目前白鹿原乡村文化旅游发展现状水平,大力提高从业人员素质,建立旅游人才培养及管理机制,培养旅游类专门人才。首先,引进高层次的旅游管理人才,丰富旅游管理团队,从而形成高效的管理和调控机制。其次,各级旅游管理部门与当地相关专业高等院校、研究所以及旅游培训中心合作,开办乡镇旅游人才培训班,可以在旅游管理、旅游产品开发、旅游服务、旅游景区规划等方面分层次分批培训,对乡村旅游方面的人才进行现场面授或者网络课程培训。再次,聘请相关专业高校和研究所的有关专家做旅游发展顾问,为白鹿原乡村文化旅游献计献策。最后,加强白鹿原各村镇村民经营者的整体素质,建立奖励机制,对于经营效益突出者进行适当奖励,激发工作热情。

参考文献:

- [1]张云鹏.乡村旅游景观规划设计研究[D].杨凌:西北农林科技大学,2011.
- [2]赵丽,巩敏焕,董千里.基于民俗文化的樱园农家乐旅游发展策略研究——以西安市白鹿原为例[J].中国商论,2012(30):152-153.
- [3]尹彤.白鹿原影视城地域文化体验旅游策划[J].城市旅游规划,2017(2):118-119.
- [4]石斌.全域旅游视角下乡村旅游转型升级的动因及路径——以陕西省为例[J].企业经济,2018(7):77-82.
- [5]王珊,吕君.内蒙古中部文化旅游资源开发模式分析[J].干旱区资源与环境,2009(11):166-170.
- [6]张环宙,许欣,周永广.外国乡村旅游发展经验及对中国的借鉴[J].人文地理,2007(96):82-85.
- [7]李烨,张广海.我国文化旅游资源功能区划研究[J].东岳论丛,2016(7):78-84.
- [8]王兆峰.湘西凤凰县民族文化旅游创意产业发展研究[J].中央民族大学学报(哲学社会科学版),2010(2):21-29.

[责任编辑 戚蕴涵]